



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE ARTES

CARRERA DE ARTES PLÁSTICAS

“reD and greeN, ideas **enCONTRASTE”**

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DE LA LI-
CENCIATURA EN ARTES PLÁSTICAS

ESCULTURA

Victoria Alejandra Bastidas Mora

TUTOR: Elena Pasionaria Rodríguez

Quito, septiembre 2012

AGRADECIMIENTOS.

“Ya a nadie le importan los hechos.”
Utopía de un hombre que está cansado.
Borges, J. L.

A mi familia, amigos y querido, por los bríos y el empuje. Y, sin citar nombres que puedan herir susceptibilidades por omisión o inclusión, a todos quienes con suma paciencia y dejando el recelo a un lado, me contaron sus experiencias, opiniones y pasiones en torno al arte.

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, Victoria Alejandra Bastidas Mora en calidad de autor del trabajo de tesis titulado “reD and greeN, ideas enCONTRASTE”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, a 4 de Septiembre de 2012

FIRMA

C. I. 0923539035

Telf: 042241022

Email: victoriaabm@hotmail.com

APROBACIÓN DEL TUTOR

Para los fines consiguientes, comunico que el Trabajo Escrito de Grado con el título “reD and gre-eN, ideas **en**CONTRASTE” perteneciente a Victoria Alejandra Bastidas Morareúne las exigencias académicas vigentes en la Universidad Central del Ecuador.

En tal virtud, el mencionado trabajo está aprobado y se autoriza su presentación.

Máster Elena Rodríguez.

Quito, 4 de Septiembre de 2012

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PÁGINAS PRELIMINARES

Pág.

Agradecimiento	ii
Autorización del Autor.....	iii
Aprobación del Tutor	iv
Índice de contenidos.....	v
Índice de Gráficos	viii
Resumen.....	ix
Abstract	x
Introducción	1

CAPÍTULO I. LOS CIRCUITOS DEL ARTE

1.1. Descripción y componentes.....	3
1.1.1. Artista.....	4
1.2.2. Teóricos.....	5
1.3.3. Espacios de exhibición.....	6
1.3.3.1. Centros culturales.....	6
1.3.3.2. Galerías.....	7
1.4. Asociaciones artísticas y colectivos.....	8
1.5. Instituciones académicas de tercer nivel.....	9
1.6. Obra.....	10
1.7. Público.....	12

1.2 ¿Cómo se relacionan entre sí?.....	13
1.3 ¿Cuáles son las connotaciones de los procesos anteriormente descritos?.....	16

CAPÍTULO II. RED AND GREEN, IDEAS ENCONTRASTE. DESCRIPCIÓN DE LA CREACIÓN HIPOTÉTICA DE UN ENTE QUE ABARQUE TODOS LOS NIVELES DE PRODUCCIÓN QUE CONFORMAN LOS CIRCUITOS DE ARTE

2.1. Especificaciones conceptuales.....	19
2.2. Descripción de la creación de la empresa. Desarrollo.....	20
2.2.1. Presentación del tema, justificación y descripción.....	21
2.2.1.1. Logotipo, descripción del logotipo y slogan.....	21
2.2.1.2. Actividad del negocio, justificación de la empresa.....	21
2.2.1.3. Misión y visión.....	22
2.2.2. Objetivos.....	22
2.2.3. Estudio de mercado.....	23
2.2.3.1. Definición del producto.....	23
2.2.3.2. Características del servicio.....	23
2.2.3.3. Servicios adicionales.....	23
2.2.3.4. Demanda de clientes.....	23
2.2.3.5. Análisis de competencia.....	24
2.2.3.6. Plan de ventas (en años).....	25
2.2.4. Descripción del proceso de producción.....	26
2.2.5. Cinco fuerzas de Porter.....	27
2.2.6. Estrategia comercial.....	28

2.2.7. Publicidad: estructura.....	30
2.2.8. Control de calidad del servicio.....	31
2.2.9. Organigrama. Descripción y funciones de cada cargo.....	31
2.3. Proceso burocrático.....	31
 CAPÍTULO III. RAZONES POR LAS CUALES SE CREA LA EMPRESA	
3.1. Razones estratégicas.....	33
3.2. Razones económicas.....	34
3.3. Razones éticas.....	34
 CAPITULO IV. UN SISTEMA ALTERNATIVO COMO CIRCUITO DE ARTE	
4.1. ¿Porque hace falta crear un sistema alternativo?.....	36
4.1.1. Posibilidades de participación e inclusión del nuevo sistema.....	37
4.2. Poderes y derechos públicos.....	37
4.3. Reapropiación de los imaginarios y realidades cultural.	39
4.3.1. Desvelar y desacralizar los espacios y los actores artísticos.....	39
4.3.2. Apropiación colectiva de los medios y de su producción material y signica.	39
4.3.3. Derrumbe de los esquemas de funcionamiento establecidos.....	39
4.4. El sistema al servicio de los actores y no al contrario.....	40
4.4.1. Descripciones de un futuro hipotético.....	40
4.4.2. Verdad o desafío.....	41
 CAPITULO V. Conclusiones.....	 43
 BIBLIOGRAFIA.....	 44

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO	Pág.
1. Componentes y relaciones del circuito.....	4
2. Logotipo Red and Green.....	21
3. Proyección de ventas en años.....	26
4. Organigrama: descripción y funciones de cada cargo.....	31

reD and greenN, ideas enCONTRASTE

reD and greenN, It found Ideas.

RESUMEN

Estudio crítico sobre los comportamientos del medio artístico ecuatoriano, artistas, producción, consumidores, auspiciantes, especuladores, snobs y público en general de los últimos 15 años de producción cultural del país focalizada en el ámbito de la plástica. Desarrollo conceptual de un ente empresarial (reD and greenN) que parodia las actividades dentro del medio. Y, propuesta de un esquema más plural de producción, consumo y usufructo del arte en el país.

PALABRAS CLAVES

<MEDIO ARTÍSTICO ECUATORIANO><ARTE-EMPRESA><PRODUCTO ARTÍSTICO><ARTE-INSTITUCIÓN><ESCENA PUBLICA ARTÍSTICA><ARTE & ESPECULACIÓN>

reD and greenN, It found Ideas.

ABSTRACT

Critical study about the ecuadorian artistic environment (artists, production, customers, sponsors, speculators, snobs and public) of the last 15 years of cultural production focused on the plastic arts topic. Conceptual development and conception of an art corporation, red and green, that parodies the activities within the medium. And proposal of one more democratic and participative way to live the art in the country.

KEYWORDS

<ECUADORIAN ARTISTIC ENVIRONMENT><ART CORPORATION><THE ART AS A
PRODUCT><INSTITUTIONS OF ART><PUBLIC SCENE><ART AND SPECULATION>

INTRODUCCIÓN

Este texto surgió con la idea de crear una empresa productora de arte, pero alrededor de esta propuesta y de su racionalización surgieron preguntas de otra índole, relacionadas más bien con la naturaleza de las producciones asociadas al arte (sin perjuicio de que estuviesen ligadas a individuos, instituciones académicas, espacios de exhibición o de producción públicos o privados).

Hoy en día en el campo del arte, el estudio de los medios artísticos con los cuales se va a trabajar no es más importante que el estudio del medio artístico dentro del cual se va a trabajar. Los circuitos del arte conformados por tres grandes cuerpos: espacios de exhibición (mediadores), academia (productores) y público (consumidores. (Rodríguez, A. 2010, p 7)

Un ligero asomo hacia las conductas que se producen en el circuito artístico del país es suficiente para entender que los procesos de movilidad del arte suceden en “ciertas ocasiones” y debido a “ciertos agentes particulares”, la mayoría de las veces, desligados de los “intereses artísticos”.

Este es el tema de mi tesis, el estudio del medio dentro del cual se desenvuelve el arte en el Ecuador; su funcionamiento y las conductas de los productores y consumidores.

En el Capítulo I iniciaré por identificarlos componentes de los circuitos artísticos, luego intentaré demostrar las relaciones entre ellos y por último las consecuencias obvias de estas relaciones.

Después, a manera de ejemplo en el Capítulo II, “jugaré” a producir un monopolio capaz de abarcar cada una de las partes que conforman lo que llamamos circuitos del arte.

Y, finalmente el Capítulo III inicia la descripción de un sistema de producción y consumo de arte más plural e incluyente y cita ejercicios artísticos que lo ejemplifican.

Hay que recalcar que para la producción de esta tesis, la bibliografía no abundó, puesto que, si bien es cierto se han producido varios textos sobre arte y mercado, circuitos artísticos etc., estos no se han producido para entender el contexto Ecuador, sino para universos más amplios y de historia artística más antigua, como los mercados artísticos en Asia o Europa, por lo que la mayor parte de mis fuentes no remiten a textos sino a folletos o a publicaciones particulares en la red que reúnen información específica de carácter descriptivo y cuantitativo, no analítico.

También hay que decir que el análisis no abarca más allá de quince años en el tiempo de producción artística del país debido a que el fenómeno, tal cual se plantea aquí, funciona aproximadamen-

te durante ese tiempo; además, entre más lejana está la fecha al presente, es menor la cantidad y calidad de información disponible.

CAPITULO I

CIRCUITOS DEL ARTE.

Producción de arte, intercambio de conceptos y productos artísticos, consumo de placeres estéticos y físicos sucedidos dentro del contexto arte; todos estos hechos se producen en el marco de la vida artística de un conglomerado social. Para entender la manera en la que funcionan, hay que empezar por enumerar cuáles son las partes que componen este mundo, cómo se relacionan entre si y cuáles son sus injerencias en el medio, que en conjunto forman y al que llamamos circuito artístico.

Este concepto se ha utilizado ya para la designación de los espacios que conforman la red artística de una sociedad y la manera en que se relacionan entre sí; el marco de investigación al que se suscribe la descripción y análisis de los procesos artísticos en esta tesis alude particularmente a las ciudades en las que el arte ha logrado “legitimarse” de forma institucional y/o por actores particulares que, debido a su tiempo dentro del medio, se han convertido en “personajes-instituciones” del arte (a veces más fuertes que las instituciones oficiales), esto se debe a que un análisis que abarque la totalidad de los sucesos artísticos del país sería demasiado extenso sin que esto implique mayores aportes ni puntos de interés.

1.1. DESCRIPCIÓN, COMPONENTES Y RELACIONES.

El circuito artístico local se divide en cuatro grandes cuerpos: artistas, academias, teóricos y espacios de exhibición. Todos giran en torno al arte, trabajan para que exista y existen alrededor de él; entre ellos la relación no siempre es bilateral pero su afectación siempre es mutua y la influencia de unos condiciona la existencia de los otros actualmente, aún cuando no hayan existido todos juntos desde siempre.

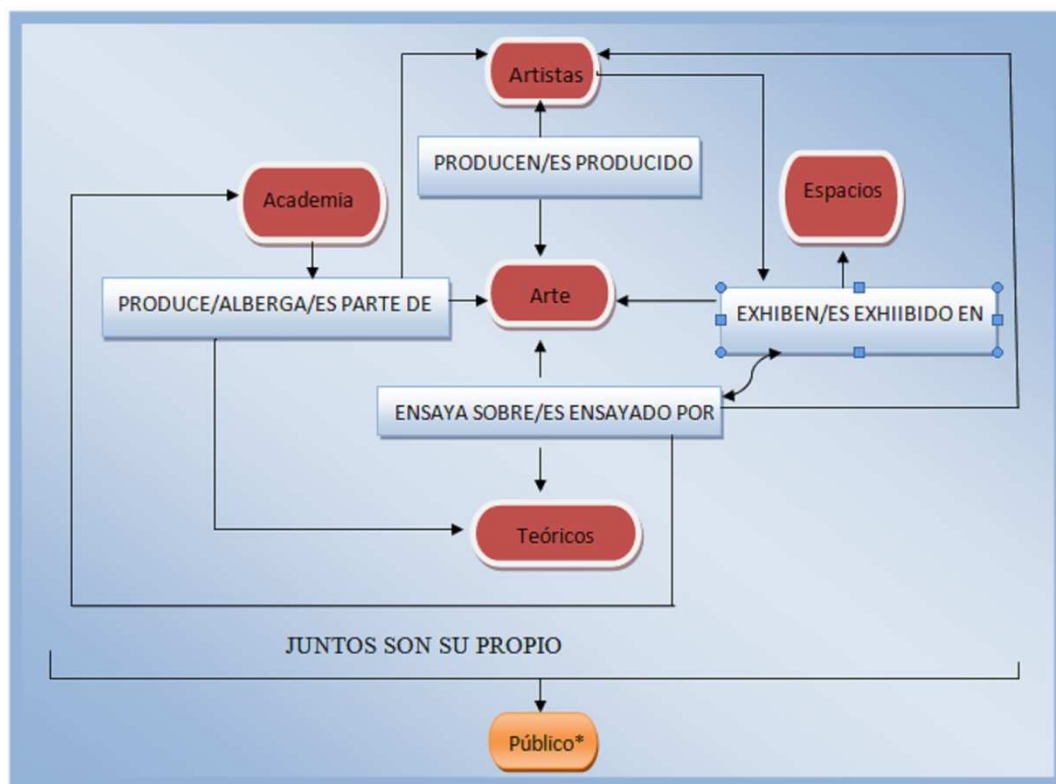


Gráfico 1. Diagrama de componentes y relaciones del circuito.

En el gráfico se muestra, aparte de los cuatro componentes mencionados, un quinto: el público* sobre este concepto voy a volver al final de este capítulo.

Cada uno de los componentes de este cuadro cumple funciones dentro del sistema, para llevarlas a cabo cuenta con ejecutores, estos ejecutores no siempre circunscriben su trabajo dentro de una de las áreas, sino que se mueven de una a otra, de modo que, algunas veces, la figura de -productor, teórico, consumidor, institución- puede conjugarse en una sola persona al mismo tiempo.

1.2.1. ARTISTA.

Produce arte. Dentro de un conglomerado social es leído como el creador objetivo de los elementos que forman parte del mundo artístico (obra/arte), por lo tanto también de los discursos artísticos en torno a esos objetos (aunque éstos en su mayoría sean literalmente traducidos o mediados por los teóricos). El artista puede o no tener un origen académico-formal, sin que esto lo desligue del todo de este mundo (actualmente el 78 % de docentes en el campo del arte proviene de la academia, el resto de la praxis)¹

¹ Sondeo en tres academias superiores de arte: FAUCE Quito, ITAE Guayaquil, Facultad de artes Cuenca.

Como el análisis presente tiene un direccionamiento específico, no hago referencia al concepto “romántico” de artista que todos llevamos en nuestro imaginario, sino a aquel que en estos días, más allá de producir sentidos para un conglomerado social colectivo, es asumido como artista dentro del mundo que hoy se auto reconoce como arte. El fragmento al que me refiero es el que sin ser el más amplio o plural, se manifiesta como el más poderoso en términos económicos y simbólicos.

1.2.2. TEÓRICOS.

Son las personas que vinculan su quehacer artístico al ámbito literario más que objetual; los teóricos en el mundo del arte surgen a mediados del siglo XVIII, con los primeros críticos; hoy en día se han multiplicado los frentes desde los cuales se puede producir teoría en torno al arte: críticos, curadores, museógrafos, museólogos, mediadores, comisarios, etc.; son algunos de los elementos que en nuestro tiempo parecen indispensables a la hora intentar un proyecto artístico, pero ¿Qué son?, ¿Cuál es su función?, ¿Por qué ha sido necesaria su aparición en el medio? Es evidente que, el arte, su función y connotaciones sociales han cambiado y por ende sus requerimientos, ésta puede ser efectivamente una de las razones para la aparición de las especialidades antes mencionadas; otra, podría deberse a que vivimos la época de “las especialidades” y junto a muchas otras ciencias desgranadas en busca del componente esencial del átomo, la ramificación de las ciencias sociales; o simplemente al hecho de que ahora somos muchos más y había que dar oficio a los otros.

A continuación los nombres de algunos de los teóricos que, más allá de si son buenos o malos, actualmente tienen una voz “de poder” en el medio; ya sea porque estén directamente vinculados a una institución, porque ellos mismos sean una institución, porque lleven muy bien sus relaciones con ellas o simplemente porque llevan tanto tiempo en el medio que el medio asume una actitud de obediencia tácita.

Melvin Hoyos

Ana Rodríguez

Larissa Marangoni.

Hernán Rodríguez Castelo

Rodrigo Kronfle Chambers

Lupe Álvarez

María Fernanda Cartagena

Lenin Oña

Mónica Vorbeck.

Juan Castro²

1.1.3. ESPACIOS DE EXHIBICIÓN.

1.1.3.1. Centros culturales.

En el país estos son en su mayoría públicos; más allá de que los administre la Casa de la Cultura, el Ministerio de Cultura (que absorbió todo lo que estaba en manos del Banco Central del Ecuador), los gobiernos provinciales o las administraciones municipales de turno, todos trabajan con fondos públicos. Su personal, la logística y el mantenimiento de las instalaciones, los eventos que se desarrollan dentro de ellos, el montaje que requiere cada nueva propuesta, las contrataciones externas, las consultorías, los premios que se entregan en concursos o salones, todo se financia con recursos públicos; unos procuran autogestión, pero objetivamente se consiguen cantidades insignificantes por concepto de alquileres de espacios o de prestación de servicios, en relación a la demanda económica que exige su mantenimiento real.

Los principales son:

- Ministerio de Cultura, actualmente encargado de todos los espacios relacionados al arte que agrupaba el Banco Central del Ecuador, además rector y coordinador de los fondos económicos concursables y no concursables y de los perfiles culturales que se generan con los eventos de esos fondos.
- Casa de la Cultura Ecuatoriana, con núcleos particulares en cada una de las provincias y presupuestos independientes para cada una de ellas (22 sedes en todo el país). La sede Guayas organiza anualmente el Salón de Octubre.
- Museo Camilo Egas (Privado).

² Fue hace diez años uno de los principales promotores de la escena artística contemporánea local, impulsando a artistas jóvenes de los cuales salieron importantes grupos como la vanguardia en Guayaquil, mas hoy ha perdido fuerza mediática.

- Fundación Guayasamín. (privado familia Guayasamín)
 - Museo Casa del Hombre.
- Museo Jacinto Jijón y Caamaño, Universidad Católica (privado)
 - Centro Cultural Puce (privado)
- Centro de Arte Contemporáneo, antiguo hospital militar (por medio del cual se va a reactivar el Mariano Aguilera) Quito.Desde aquí se administra:
 - Centro Cultural Itchimbia, Quito.
 - Casa de las Artes La Ronda. Quito.
 - Centro Cultural El Ejido. Quito.
 - Museo Metropolitano. Quito.
 - Museo de la ciudad. Quito.
- Museo Municipal de Guayaquil.
 - Salón de Julio.
 - FAAL.
- Fundación Bienal de Cuenca.
 - Bienal de Cuenca.
- Museo Álvaro Noboa (privado). Guayaquil.
 - Bienal de pintura Álvaro Noboa

1.1.3.2. Galerías

Durante un corto periodo de tiempo de la historia del arte ecuatoriano las galerías de arte en el país eran prósperas (años 60'S), hasta aproximadamente el año 2000, cuando la mayoría cerraron a causa de la gran depresión en la economía local causada por la dolarización. A partir de ese momento, los espacios artísticos se redujeron a la Casa de la Cultura y al Banco Central del Ecuador, que bien o mal seguían funcionando, puesto que contaban con fondos fijos estatales. Este resumen deja leer que las galerías, como proyectos privados particulares, no funcionan sin rentabilidad, cuando no la consiguen cierran. La reactivación económica del país, la estabilidad y facilidad para hacer negocios con el extranjero que propició el dólar y las políticas culturales locales trajeron consigo la posibilidad de hacer rentables nuevamente espacios privados como estos, y así hace unos años atrás comenzaron a reaparecer con fuerza nuevas galerías privadas pero con un “toque” distinto, ahora son galerías/coleccionistas/auspiciantes/centros culturales, de promoción artística y venta de materiales.

Así que efectivamente, la reactivación económica del país es evidente y el flujo de capitales es mayor, pero la venta objetual de arte ha disminuido y más allá de que hoy en día en el ámbito privado se multipliquen los esfuerzos para mantener el estatus que produce el vínculo artístico, se debe tomar en cuenta que la autogestión de las galerías privadas está actualmente direccionada a conseguir y a funcionar con recursos públicos.³

Las principales galerías en el medio son las siguientes:

Guayaquil:

DPM, dadá, Espacio Vacío, No Mínimo (dos sucursales)

Quito:

No Lugar, Cero Inspiración, Ileana Viteri, S190, Container, Art Room, La Naranjilla Mecánica, etc.

Cuenca:

Casa de los diablos, Casa de las Artes, El Zono.

1.1.4. ASOCIACIONES ARTÍSTICAS Y COLECTIVOS.

Esta fue la alternativa de muchos artistas jóvenes luego de la gran crisis del año 2000 cuando las galerías de arte contemporáneo empezaron a desaparecer del país. La formación de colectivos surge a partir de la necesidad de encontrar espacios de ejercicio luego de haber concluido procesos formativos como la escuela de arte o la enseñanza artística superior, debido a que el mercado del arte en la época había colapsado y a que los pocos que tenían recursos, como la Casa de la Cultura o el Banco Central del Ecuador, no se abastecían económicamente ni físicamente para satisfacer las demandas. Sin desestimar el hecho de fondo: que en no pocas ocasiones sus políticas culturales eran incompatibles con las de los vanguardistas de la época.

Así que, los artistas se organizan, se agrupan y empiezan a gestionar y a viabilizar sus proyectos por medio de recursos propios o con el apoyo de la empresa privada. A partir de aquí surgen colec-

³ Este dato alude al mercado en Quito, puesto que en Guayaquil la venta de arte cubre un rubro mayor al del presupuesto entregado por el estado para la producción de éste. No cuento con información de Cuenca en este tema.

tivos como “La Limpia”, “Vanguardia” en Guayaquil o “Tranvía Cero”; “Experimentos Culturales”, el “CEAC”, etc. en Quito y empieza a aparecer en el país la nueva profesión de gestor cultural.

Después de varios años de estandarizar este tipo de prácticas, la función del artista joven como productor esta tácitamente ligada a la de artista como gestor. El artista produce, además de las obras, sus propios “eventos”, proyectos, exposiciones etc.; salvo que ahora, con la reactivación económica del país, las nuevas políticas culturales estatales y el flujo de capitales desde el estado, se sirve básicamente, de fondos públicos. Con respecto a este tema ha habido múltiples pronunciamientos y posturas antagónicas entre ellas una del que quizás es el colectivo independiente que con más fuerza se ha logrado afirmar en la producción local. (Tranvía Cero, 2011, p 2)

Sobre el hecho de que algunos colectivos han pasado de productores de arte a productores de eventos artísticos y que además ejecutan estos proyectos con fondos estatales, hay que acotar que con esto se consolidan como una especie de instituciones o galerías (en la medida en que fungen de mediadores), dependiendo de la política y actividad del colectivo, debido a que la mayoría de ellos no cuentan con espacios físicos museables, sino que se adaptan a lo que el medio les proporciona, a lo que gestionan dentro de los circuitos, a veces, efectivamente, espacios en museos o galerías, otras, la calle, casas comunales, casas privadas de amigos etc. Así pues, en algún momento, y debido a su persistencia en el medio, logran posicionar en este un tipo de estética y poder simbólico.

1.1.5. INSTITUCIONES ACADÉMICAS DE ARTE TERCER NIVEL EN EL ECUADOR.

Las instituciones académicas de arte lo contienen todo y a todos. Allí se enseña y aprende a ser artista y a producir arte (estudiantes/artistas); allí trabajan los artistas (profesores/artistas), es decir, comunican su visión y postura frente al arte y a la hora de producirlo; también allí trabajan los teóricos (críticos/curadores/historiadores) comunicando sus posiciones ante la producción artística, sus gustos y disgustos, entrando en contacto con los artistas y con su producción tanto conceptual como objetual; y, también dentro de las instituciones se realiza en cierto porcentaje la producción artística del medio (obra/arte). Lo único que no contienen las instituciones artísticas-académicas es al público, y no solo no lo contienen, se les escapa.

Las instituciones a las que me refiero, son aquellas que de una u otra manera en estos últimos años han tenido una posición privilegiada en el medio artístico, son las más solidas del país en cuanto espacios (físicos y de tiempo), a renombre y de muchas maneras han acaparado los recursos económicos destinados al medio artístico, sin que esto quiera decir que son importantes o representativas socialmente, es decir que satisfagan a la demanda cultural local.

Estas instituciones son las siguientes:

- Facultad de artes de la UCE Quito. Pública.
- Facultad de Diseño universidad del Azuay. Pública.
- Facultad de artes Universidad de Cuenca. Pública
- Universidad Casa Grande, Guayaquil. Privada.
- Instituto Técnico de Arte Ecuatoriano. Público desde el 2011.
- Facultad de Filosofía, Estatal de Guayaquil. Pública
- Artes liberales y educación, Universidad Espíritu Santo Guayaquil. Privada, actualmente asociada con el ITAE para la entrega de títulos de tercer nivel.
- PUCE, carrera de artes Quito. Privada.

1.1.6. OBRA

Las obras de arte en efecto, tienen la menor relevancia dentro del circuito, parafraseando a Borges “Ya a nadie le importan los hechos” (Borges, 1975, p 17) y, aunque la obra sea el único eslabón que no puede faltar en la cadena, puesto que sirve para justificar la dinámica y con ella el movimiento, el flujo y la absorción de capitales implícitos en los procesos culturales, hoy en día, la producción de obras como albaceas de la memoria es inexistente.

La obra de arte es el único elemento con que cuenta la sociedad para acreditar o desacreditar la actividad artística que se produce a sus expensas (como resultado de que la mayor cantidad de producción artística en el país, inclusive la privada o independiente, está de una forma u otra subvencionada por el capital público, es decir, por los impuestos de los 14.4 millones de ecuatorianos. Si bien es cierto que su significación y factura pueden, en un primer momento, hacerla meritoria de reconocimiento objetivo, económico o simbólico, después eso será nada, pasado un tiempo todo alrededor de la misma, se habrá olvidado.

Este fenómeno no tiene que ver con los objetos en sí, sino con la manera de producción y consumo de obras en el medio (de objetos, de sentidos, de placeres, de conceptos, de imágenes, de proyectos etc.). Este factor excede en todo a los dominios del arte y lo absorbe.

Frente a esto, el circuito artístico trabaja a la par del sistema, evoluciona de acuerdo a sus exigencias y responde a las demandas de éste, y la obra de arte obedece a la lógica a la que obedecen todos los demás objetos de consumo circundantes. Una demostración de esta lógica es la ausencia de

objetos artísticos en la memoria colectiva, por ejemplo, de acuerdo a encuestas⁴ públicas, el 92% de las personas encuestadas cita a Guayasamín como el artista más importante del Ecuador, pero solo el 13% de este total puede nombrar una obra y apenas el 2% puede describirla en sus contenidos objetivos y simbólicos. La lógica obligaría a acercarnos a fechas más próximas y “frescas” en la memoria, para mediante el mismo ejercicio, obtener mejores resultados, pero la realidad resultante es que dentro del mismo universo encuestado, solo un 9% puede nombrar un artista actual de resonancia nacional (y sigue siendo de la “vieja guardia”: Tábara, Gilbert, Lofredo, Endara Crow, Viteri etc.) y prácticamente nadie puede citar una obra de ellos, ni en su título, ni en su contexto. En el caso de la producción actual, solo quienes están directamente vinculados a los circuitos de arte, por ejemplo alumnos de institutos, pueden citar a productores contemporáneos, e inclusive dentro de este universo el conocimiento de ellos hacia la producción de sus mentores es menos que básico. Este botón da cuenta de lo fútil de la obra y sus contenidos para el medio en que se inserta actualmente, la ausencia casi total de afectos entre la producción artística del país y el público que la consume o que debería consumirla.

Este es un tema mucho más complejo de lo que parece, puesto que está ligado a las construcciones culturales de una sociedad, a lo que el medio le induce o proporciona como consumo cultural, a su capacidad de reacción frente al medio, a sus niveles de percepción individual y colectiva, a su capacidad y a sus intereses adquisitivos y a las relaciones y percepciones que tiene con el medio cultural-artístico-social de su entorno. Debido a estos antecedentes, este no es un tema que me atreva a desarrollar en este texto, pero sí me atrevo a analizar los antecedentes mencionados, a especular y a plantear como hipótesis para próximos ensayos: la inexistencia de una memoria colectiva relacionada al manejo público de los intereses y políticas culturales que manejan los circuitos de arte, aun cuando estos circuitos se alimentan mayoritariamente de los recursos otorgados por los que los ignoran y esta actitud colectiva hacia ellos los fortalece, puesto que los convierte en “exclusivos”.

Volviendo al tema de la obra de arte en el país, ésta en los últimos 50 años ha sido producida masivamente por los artistas en instituciones y acumulada en grandes cantidades por instituciones públicas cada vez que otorgan un “premio adquisición” (que hoy en día es la modalidad de casi

⁴Estas encuestas fueron aplicadas en este orden a:

100 estudiantes de artes plásticas, educación secundaria y superior (Quito-Guayaquil), 200 estudiantes universitarios no de artes (Guayaquil), 250 profesionales no en artes (Guayaquil-Quito), 450 personas encontradas en mall's (Guayaquil-Quito)

todos los salones). Estos premios son entregados sin una dirección específica o racionalidad o en respuesta a necesidades colectivas, sino que generalmente responden a los criterios de tres o cuatro “entendidos” en el arte. Así los cambios continuos en las directivas encargadas de la organización de los salones y la múltiple y mutable siempre tan antagónica biodiversidad que los compone (jurados de primera y de segunda ronda, curadores, museógrafos y sus amigos o administradores que siempre acaban dibujando las directrices principales), no hablan tanto de una evolución e innovación continua y movilidad en los procesos, como de una ausencia de horizontes claros, de metas a largo plazo o de objetivos claros a la hora de plantearse líneas de acción pública (siendo que son desarrollados por instituciones públicas). Lo que no se puede negar es que casi siempre tratan de estar a la “moda” de los estándares internacionales. En todo caso, estas adquisiciones pasan a formar parte de la colección privada de cada una de las instituciones y también de sus bodegas, donde casi nunca vuelven a ver la luz. Nuevamente una confirmación a la idea de que la obra de arte no funge como tal en el circuito, sino solo como elemento mediático, para justificar el expendio de recursos humanos, técnicos, físicos, es decir, económicos. Recordemos nuevamente que estos círculos giran alimentados por fondos públicos.

1.1.7. PÚBLICO

Al inicio de este capítulo mencioné brevemente este concepto y ahora regreso sobre él. ¿Cómo se cataloga al público?, ¿Es necesaria su existencia?, ¿Existe un público para el arte en el país?

El público es el que consume/utiliza el medio artístico. Efectivamente, el arte en el país tiene un público, este público está conformado por los integrantes de cada una de las categorías descritas anteriormente: artista, teórico, academia (con todos sus representantes) y, cuando los familiares cercanos a estos conservan afectos hacia el ámbito artístico, también se convierten en público. Efectivamente estas personas consumen dentro del circuito, se favorecen de éste y lo hacen activo; pero viene a colación, nuevamente, la manera en que se financian estos eventos: con fondos públicos. Este es el detalle que permite cuestionarse ¿porqué los eventos producidos en gran medida por capital público no son acogidos por el público que los financia?, ¿Qué hace que este público esté ausente?

Líneas atrás me atreví a escribir que las instituciones de arte lo contenían a todo y a todos, excepto al público y que no solo no lo contenían sino que se les escapaba, ahora lo reafirmo, el público actual no consume arte, no asiste a los eventos, no se siente aludido por ellos, feliz, ofendido, complacido, insultado o alterado con los pequeños espectáculos que se dan a sus expensas dentro del mundo del arte, hoy en día, el mundo cultural-artístico, no representa nada para nadie.

Desde hace ya mucho tiempo las exposiciones de arte son gratuitas y abiertas a todo público, se puede transitar y consumir visualmente las obras sin costo alguno, pero aun así no existen en las exposiciones más visitantes que los que ya mencioné antes, o los que por un motivo u otro tienen el paso obligado por la exposición y aun así tratan de evadirla.

Y esto se debe a que, el hecho de que una exposición esté abierta físicamente al público, no quiere decir que lo esté del todo, sus mensajes, sus códigos, la tónica que utiliza, los temas que toca, su estética, hacen que esté dedicada a cierto tipo de público (uno no muy abundante) y que por los mismos motivos, excluya al “otro” público. ¿Qué hace, entonces, que 13 000 000 de personas permitan que este tipo de eventos, obviamente no hechos para ellos, se alimenten de su capital? En vista de que la nuestra no es una sociedad que tiene todas sus necesidades primarias cubiertas, esta es una pregunta más que válida.

Esto se debe a las políticas culturales del país, o a la ausencia de políticas culturales.

1.2. ¿CÓMO SE RELACIONAN EN EL PAÍS?

Sin regirse a parámetros estéticos o de orden argumental-teórico o con alguna postura política o moral clara o específica, varias veces al año se inauguran muestras, se premian, compran y venden obras por miles de dólares, se sacralizan artistas y se da movimiento circular al medio artístico, que más allá de ser el mundo lírico y altruista, alejado de las cosas banales y frívolas de que está impregnado el mundo común y corriente lleno de políticos, abogados y economistas del que trata de huir todos los días por medio de los discursos trillados, llenos de posturas pseudo-anarquistas, se dedica a ser el gigoló⁵ de éste y sirve para su glorificación, exhibición y exaltación pública.

Desde las cuevas de Altamira hasta las pirámides de Egipto, los templos griegos y sus esculturas, el arte cristiano, las posturas renacentistas-humanistas posteriores a este, pasando por el barroco, el neoclásico, hasta llegar a la modernidad en el siglo XIX, el arte estuvo siempre al servicio del poder económico, del que podía pagarlo y que auspiciaba su producción. Hasta este entonces, la situación era aceptada con lógica desde la óptica artística y pública general: arte=virtuosismo particular de pocos, ya que no era un artículo de vital consumo en ninguna sociedad, era pagado solo por las sociedades que querían dejar claro que estaban tan avanzadas que se daban el lujo de producir cosas “inservibles”.

⁵Anglicismo masculino de prostituta.

Así, normalmente, el arte se ha pagado con poder o desde el poder de turno, de acuerdo a su momento en la historia, de este modo el arte no refleja la historia, sino la parte de la historia que quisieron que fuera reflejada, vuelvo al punto anterior, este concepto era absolutamente claro hasta el siglo XIX y además visto como normal y coherente. En este momento la historia del arte tuvo una primera ruptura con los románticos, se auto nombró rebelde, se auto nombró libre, altruista, anarquista y dueño de su destino y sus medios.

Todo empieza aquí, a finales del siglo XIX y principios del XX, los artistas lanzan manifiestos que hablan de “el arte por el arte”, de función de repulsa, arte Dádà y conceptos casi esquizofrénicos.

Escribo este manifiesto para demostrar cómo se pueden llevar a cabo al mismo tiempo las acciones más contradictorias con un único y fresco aliento; estoy contra la acción y a favor de la contradicción continua, pero también estoy por la afirmación. No estoy ni por el pro ni por el contra y no quiero explicar a nadie por qué odio el sentido común... Así nació DADA, de una necesidad de independencia, de desconfianza hacia la comunidad. Los que están con nosotros conservan su libertad. No reconocemos ninguna teoría. Basta de academias cubistas y futuristas, laboratorios de ideas formales. ¿Sirve el arte para amontonar dinero y acariciar a los gentiles burgueses? Las rimas acuerdan su tintineo con las monedas y la musicalidad resbala a lo largo de la línea del vientre visto de perfil. Todos los grupos de artistas han ido a parar a este banco a pesar de cabalgar distintos cometas. Se trata de una puerta abierta a las posibilidades de revolcarse entre muelles almohadones y una buena mesa. (Tzara, T, 1918, p. 1)

Todos contra la antigua y global producción de arte registrada en la historia occidental. Se auto-declaran libres, libres de crear. Buscan en este punto borrar todo rastro que los lée con el arte producido hasta ese entonces, con las concepciones desde las que se hacía arte hasta aquel entonces.

El nuevo artista, libre ahora, pasa por momentos de honestidad productiva como los ya nombrados románticos (luego de ser rechazados en su época fueron igual utilizados y glorificados en la posteridad para la venta de ideas independentistas postcoloniales) y algunos personajes muy característicos de la “belle époque” francesa. Luego se institucionalizó este nuevo panorama, esta nueva lógica con la que se manejaba al arte y a sus productores, empiezan a sentarse nuevas bases y nuevas reglas para el juego: arte=producción humana ligada a ambientes libres y lúdicos que deben ser aceptadas por la sociedad porque son su producto cultural de élite.

Esto de por sí ya suena tendencioso, pero hay que sumar el hecho de que el arte sólo puede ser consumido por el poder y que el poder nunca jugará en su contra y de hecho siempre buscará reforzar sus características y, si utiliza a alguno de los medios artísticos, lo hará para auto exaltarse y glorificarse y no para realizar obras filantrópicas (aquí viene lo realmente tendencioso), esta lógica la conocen los artistas y la asumen como eje de acción, así se producen obras que se sabe van a ser consumidas y se sabe quiénes son los que pueden y van a consumirlas, de lo contrario los artistas

que siguen sus instintos y producen bajo un perfil más honesto son desechados por el medio artístico por no ajustarse a sus estereotipos o esquemas vanguardistas y, si aun desde un trabajo honesto y crítico, el artista y su obra le sirven de alguna forma al medio, son tomados, premiados, ensalzados y acaban convirtiéndose en los temporales consentidos de los círculos de arte. Quizás el ejemplo más elocuente sea el ocurrido en EEUU durante los 60'S, la explosión de arte y artistas que existió a propósito de la necesidad de este país de fortalecer su frente cultural ante de los europeos.

Año tras año, son siempre las mismas caras las que aparecen en los medios de comunicación, premio tras premio son siempre los mismos, elogios y felicitaciones abundan en los mismos círculos reducidos, falsificando la realidad y acabando con las oportunidades de los que nunca llegarán ni ocuparán los puestos que merecían por derecho propio. (Stonor, S., 1999, p 75)

Todo este preámbulo anterior, para con el pretexto de que la historia siempre es circular, poder justificar la aplicación de estos criterios al medio artístico del país, aunque siempre más allá de los pretextos, están los hechos.

La extensión de estas formas de comportamiento dentro del arte no se han suspendido hasta nuestros días, basta ver lo que se premia y adquiere a nivel nacional en los circuitos de arte a modo de justificativo de la existencia de entidades culturales y quienes dentro de ellas trabajan y de los dineros que se designan a dichas instituciones.

Los artistas se producen en las escuelas de arte al igual que las obras y "la sobrepoblación de jóvenes estudiantes de arte produce objetos mudos, incoherentes a lo que pasa en la ciudad" (N.N. 2012, p 3), luego son ensalzados en los concursos que premian las obras y que las adquieren para acrecentar su bodega artística, donde trabajan en muchas ocasiones los docentes que también dan clases en la academia y donde un día van a ir a trabajar los que ahora están empezando. Los teóricos son en mayor porcentaje artistas que se consolidaron como teóricos más fácilmente que como productores de obra o aficionados al arte que tuvieron gente importante a la cual decirle lo que pensaban sobre el arte y que con "el tiempo y las aguas" llegaron a tener una voz en el medio. Así, empezaron a hablar de él, surgieron de él, consiguieron trabajado en él y también dentro de los salones de arte como curadores, críticos, jurados etc.

Hay que hacer un punto aquí y terminar diciendo que desde algún tiempo atrás, el ámbito teórico dentro del arte se ha ido especializando y separando de éste (la distancia hace menos viscerales los procesos). Historiadores y críticos de arte reales ya se pueden encontrar en el país, especialidades como la museografía ya son opciones reales de estudio y la búsqueda de museólogos y de investigadores propositivos a la hora de emprender un proyecto hoy en día son más comunes que antes.

1.3. ¿CUÁLES SON LAS CONNOTACIONES DE LOS PROCESOS ANTERIORMENTE DESCRITOS?

Los eventos que se realizaban en las “trincheras culturales” por colectivos artísticos libres, altruistas, sin nada que perder y que se jugaban por “la camiseta” hace 10 años o 15, en la mayoría de casos acabaron convertidas en fundaciones que se alimentan de fondos públicos, de acuerdo a las políticas del gobierno seccional de turno.

En cuanto a las universidades estatales que tienen facultades de artes y que ofertan la carrera, dentro de sus paredes sucede algo similar, sirven más que para crear espacios de producción artística y formar a productores y sentidos artísticos, para asegurar los salarios de quienes allí laboran, con la diferencia de que, al ser públicas, las comodidades son mayores debido a la seguridad económica y laboral que resulta de pertenecer a una institución estatal y esto es fácilmente palpable al constatar que hasta el 2010 la relación entre la nómina de empleados (cuerpo administrativo y docente) y alumnos era de 1 a 4,2 en la Facultad de Artes de la UCE, lo cual implicaría una atención más que personalizada y prácticamente garantizaría la funcionalidad de la facultad en el medio cultural, pero la realidad es que desde hace años los aportes desde la Central hacia el medio artístico del país se han ido reduciendo.

Al contrario en una publicación en la página web del ITAE se expone como logro del instituto, la consecución, por parte de sus estudiantes, de 46 premios a nivel nacional hasta el 2009 que era la fecha de edición del texto (Patiño, X., 2009, p. 1) hay que señalar que el ITAE se había fundado 5 años antes. Esta publicación revela la política de manejo del ITAE. En cuanto a la FAUCE, tiene su historia, casi todos los grandes nombres del arte local han caminado por sus pasillos, con ya 40 años de labor institucional, durante el auge de galerías y de premios como “El Comercio” o el “Mariano Aguilera”, los fondos económicos de la Casa de la Cultura y del Banco Central del Ecuador que estaban mucho mas centralizados, hasta hace diez años atrás irradiaba casi toda la producción nacional.

Mientras tanto, con la construcción del Malecón 2000, se estaba iniciando con algo de arte contemporáneo en Guayaquil: El MAAC (antes de esto ya tenía presencia en Guayaquil, el Banco Central del Ecuador, pero la mayoría eran colecciones arqueológicas) que vino acompañado por criterios internacionales.

En cuanto al flujo de capital semiprivado en Quito empezaron a desaparecer salones como “El Comercio”, el “Mariano Aguilera” no se realizaba con la frecuencia anual con que se perfilaba y el arte en empezó a decaer y a trasladarse a Guayaquil debido a que esta época coincidió con el sur-

gimimiento de la vida artística en Guayaquil (auspiciada en un inicio por el Banco Central en la figura de Juan Castro y luego avalada por el Municipio de Guayaquil), la creación del ITAE, la institucionalización del FAAL, el crecimiento del premio al “Salón de Julio”, y con ese flujo de capitales monetarios y simbólicos, el fortalecimiento de galerías como “dpm” que además de seguir vendiendo productos artísticos, se convirtió en el lugar por excelencia para exponer arte de “vanguardia” en Guayaquil. Aquí aparece el nombre de uno de los coleccionistas de arte contemporáneo en el país, David Pérez Macolum, quien comenzó a comprar obra de los jóvenes de veinte años que estudiaban en el ITAE y que eran premiados en los salones en Guayaquil y, como era galerista y estaba en el medio en una forma activa, también formaba parte como jurado de algunos de los concursos en que premiaban a los artistas de veinte años a los que les compraba obras. Entonces, nombres como Bylli Soto (colección dpm), Estéfano Rubira, ganador del premio “Quijote”(organizado por dpm) comenzaron a sonar por primera vez en serio y a partir de allí, la lista es infinita: Juan Pablo Toral, Gabriela Chérrez, uno que otro extranjero que le da validez internacional a la galería, Saidel Brito (que hoy en día es el artista vivo más cotizado de Guayaquil y por cómo se perfilan las cosas, del país) y Oscar Santillán, el más actual y prometedor de todos, recién llegado de EEUU(todo lo demás puede leerse en la página web de la galería dpm y también en el blog de Rodolfo Kronfle, Rio Revuelto blogspot, quien es un asiduo colaborador en el área de curaduría de la galería y que además es el crítico de arte con más peso actualmente en el medio. Así también fueron apareciendo otros espacios de difusión de la producción: revistas bimensuales, impresos, centros culturales, etc., con la característica común de que todos están alimentados por fondos públicos de una o de otra manera

En cuanto a Cuenca, el fenómeno es mucho más sencillo, porque está mucho más concentrado el poder, la bienal de Cuenca, también solventada con fondos públicos, en los últimos tiempos ha requerido casi un millón y medio de dólares para su funcionamiento (datos tomados de la auditoría oficial realizada a la fundación) los premios que otorga cada dos años no superan los 100 000.00 dólares y su nomina de trabajadores es de 10.

Casos como los anteriormente citados no se terminan nunca si uno revisa los historiales de cada fragmento del circuito artístico del país (ley de transparencia), todas las instituciones públicas o privadas se alimentan de una o de otra forma de recursos públicos, ya sea por la especulación o el espectáculo que estos producen y que refuerza la validez de sus negocios personales o porque la carga simbólica que otorgan fortalece también simbólicamente y especulativamente a sus colecciones personales. En todo caso, el mayor inconveniente no es éste, todo lo dicho anteriormente sólo explica la forma de funcionamiento lógico para un medio al cual le es imposible auto solventarse y que además es absolutamente justificado y necesario dentro de las sociedades, lo que no es justifi-

cable es que se trabaje con medios públicos y a los únicos a los que les sirva todo ese esfuerzo físico y económico sea a los cuatro involucrados dentro del campo del arte.

Es cierto que el medio artístico en el país ha crecido y se ha ampliado en cuanto a producción, a productores, a espacios y a producción de criterios, pero también es cierto que así como ha crecido en esos aspectos ha crecido la apatía colectiva hacia ese medio, nunca como hoy fue tan pública la producción de arte (FAAL, Arte en la calle, al Zur- ich, etc.) y nunca como hoy fue tan ignorada por la calle. Tampoco nunca como hoy, ha habido tanto flujo de capitales dentro del medio artístico del país sin que esto implique más pluralidad en el consumo dentro del medio.

CAPITULO II

reD and greeN, IDEAS enCONTRASTE

(DESCRIPCIÓN DE LA CREACIÓN DE UN ENTE QUE ABARQUE TODOS LOS NIVELES DE PRODUCCIÓN QUE CONFORMAN LOS CIRCUITOS DEL ARTE)

2.1. ESPECIFICACIONES CONCEPTUALES.

La idea de creación de un ente artístico productor, regulador, expositor, validador, comercializador etc., surge para intentar cerrar las fugas en el círculo de la producción de arte en el medio nacional. Estos son espacios que normalmente no pueden ser controlados por los artistas, quienes dedican su tiempo a la producción de obra y que, generalmente, no tienen ni el poder ni las influencias para infiltrarse en el medio, sino que, tienen la necesidad de ser descubiertos, auspiciados y lanzados hacia el estrellato por algún curador, marchante o galerista con influencias.

Esta posición de dependencia de los sujetos “por los cuales” existe un medio artístico, me llevó a pensar un proyecto que simule un espacio monopolizador del medio, que lo tome “desde adentro” con sus mismas estructuras. Este espacio reúne todos los eslabones del medio (los productores, la producción, quienes se encargan de hacerla circular, quienes la validan teóricamente y quienes la consumen) y sus características de funcionamiento, con la única diferencia que se presenta desnudo frente a éste; se muestra tal como una fábrica de chicles, sólo que produciendo arte y espera que, al lograr posicionarse en el mercado como legítima, todas las demás, que también son consideradas legítimas, por asociación conceptual inversa, aparezcan como fábricas de chicle.

Es una propuesta lúdica cuyo fin consiste en exponer de manera aún más obvia la función de las instituciones en el medio artístico, sus modos de funcionamiento y las políticas a las que obedecen; develar los intereses económicos a los cuáles hacen fortalecer o, simplemente espacios desde los cuales se hace poderosa cultural y simbólicamente a una persona, o se la dota de una voz válida y

verdadera dentro de los imaginarios colectivos y desde la cual se dictan verdades en torno a la cultura, al mundo del arte y sus representantes.

También trata de construir ese lugar desde el cual “todo sea verdad” para desde allí ubicar en el medio a artistas y de esta forma demostrar que todos los que se han situado en ese centro, o los que ya estaban allí, no son excepcionales en sí, sino sólo a causa de la posición en que fueron situados. Partiendo de esta lógica, lo que se ha hecho es construir centros particulares desde los cuales situarse a sí mismos como artistas o teóricos dentro del entorno que de una u otra manera podría fortalecerlos. Utilizan los mismos sistemas de reclusión/exclusión antes mencionados, y de paso van consagrando algunos egos, hasta que, una vez que están en la cima, empiezan a ser negados por otros que intentan “surgir”.

La propuesta de la “empresa” es exactamente “ésta”, detallada y criticada anteriormente, organiza un monopolio dentro del circuito, con la diferencia que ella surge negándose a sí misma desde el inicio y al mismo tiempo niega y devela el funcionamiento de los otros.

2.2. DESCRIPCIÓN DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA. (DESARROLLO)

La empresa tendrá como característica principal la formalidad y profesionalismo en los procesos en los que incurra.

- Deberá funcionar exclusivamente con fondos privados.
- El aura mística que suele vincularse a las actividades artísticas no será un sello, salvo que un proyecto en particular lo requiera.
- Su estética corporativa será manejada por un diseñador industrial.
- Su sistema de producción se vinculará tanto a procesos de producción industrial como a procesos de manufactura sin distinción alguna, excepto las físicas ineludibles.
- Las series y los objetos únicos se construirán en un mismo espacio sígnico.
- Las jerarquías estarán abolidas debido a la importancia del aporte de cada uno de sus integrantes y a lo evidente que será esta importancia.

En todo lo demás, la contabilidad, la administración, las relaciones públicas, el manejo económico etc. será muy similar a una empresa de cualquier otro tipo de producción.

El proceso intelectual de la creación de esta productora de arte radica básicamente en el estudio y análisis del mercado que incluye: la demanda social, sus posibilidades reales de existencia, la reali-

zación de un F.O.D.A., el estudio de la incidencia que podría llegar a tener en el medio y los objetivos que anhela y que podría efectivamente alcanzar, una vez creada.

A continuación se presenta el desarrollo técnico, una estructuración de políticas y características de funcionamiento de la productora. Lo descrito en las siguientes páginas es un estudio básico para la iniciación de cualquier actividad empresarial comercial con las especificaciones del caso actual, una productora de arte.

2.2.1. PRESENTACIÓN DEL TEMA, JUSTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN.

reDand greeN
ideasenCONTRASTE

“reD and greeN” es una traducción al inglés de un fragmento de un dicho popular utilizado para resaltar una elección de mal gusto; en este caso responde a una definición de contrastes y simbiosis, sean estas culturales, sociales, éticas o estéticas.

2.2.1.1. Logotipo, descripción y eslogan.

El logotipo de red and Green responde gráficamente a la idea de extremo contraste por medio de la contraposición del color en sus iniciales en ingles y sugiere la imagen y su coloración desde el opuesto.



Logotipo de Red and Green.

2.2.1.2. Actividad del negocio y justificación de la empresa

Producción de arte profesional, hecho a mano o de manera industrial, para personas naturales y jurídicas, públicas o privadas.

Debido a que el manejo del arte en el país no responde a una dinámica estructural direccionada, aparece reD and greeN producciones artísticas, como un espacio que ofrece, desde un cuerpo cor-

porativo legal, una producción artística profesional. reD and greeN se encarga de la investigación, producción, el comercio, la vinculación y la justificación de su producción artística dentro del circuito.

2.2.1.3. Misión y visión.

Brindar a nuestros clientes un producto artístico profesional, certificado, dinámico y avalado por la sociedad y sus actores culturales.

Dinamizar la producción artística del medio artístico del país para luego vincularla expansivamente con el circuito artístico mundial.

2.2.2. OBJETIVOS.

➤ Corto plazo.

- Ingresar legítimamente en el mundo del arte ofertando obras artísticas certificadas.
- Romper paradigmas sobre la producción artística seria y su vinculación con la sociedad.
- Crear una nueva forma de producir y comercializar arte, desde un punto de vista más formal y comprometido con el cliente especializado.

➤ Mediano plazo.

- Crecer como empresa y comenzar a ofertar obras dentro de salones y bienales, que son también potenciales compradores de arte (premios adquisición)
- Marcar un hito en el medio ecuatoriano, por la forma de inserción en los circuitos del arte.
- Ampliar la red de artistas vinculados al proyecto.

➤ Largo plazo.

- Tener un espacio en el mercado de arte local.
- Exportar arte hacia mercados representativos como Nueva York o Beijín, a salones y a bienales internacionales como las de Venecia y La Habana etc.
- Crecer y expandirnos para trabajar con artistas extranjeros y convertirnos así en la primera empresa a nivel nacional que contrata artistas a sueldo para producir arte. Será una empresa que remunere a artistas para que trabajen en su producción personal.
- Dejar marcado un precedente en la historia del arte ecuatoriano.

2.2.3. ESTUDIO DE MERCADO.

2.2.3.1. Definición del producto

Arte. La obra de arte se produce luego de un proceso empático de acercamiento conceptual del comprador con la obra, garantizando así una completa aprehensión del cliente con el resultado final de ésta.

2.2.3.2. Características del servicio.

Es un servicio personalizado y asistido durante todo el proceso de producción y entrega de la obra y proporciona al medio, obras de arte certificadas y auténticas con validez internacional, de calidad excelente y de factura óptima.

2.2.3.3. Servicios adicionales.

La empresa es esencialmente una productora de arte, pero como la demanda artística es mucho más compleja que sólo el consumo de objetos artísticos o formas de arte en todos sus tipos (happenings, readymades, instalaciones etc.), también ofrece dentro de sus servicios capacitación y asesoría individual o colectiva en cualquier ámbito artístico. Además, la empresa, ofrece crítica, curaduría, museología y museografía especializada en arte, avalúo de obras y asesoría crítica para concursos y eventos artísticos.

Posterior a la entrega de la obra la compañía puede encargarse o no del mantenimiento de la misma por convenio descrito en el contrato, entre el cliente y la empresa.

2.2.3.4.Demanda de clientes.

➤ Potenciales compradores, tipos y decisiones de compra.

Los compradores potenciales de nuestra empresa son los coleccionistas privados, los salones, bienales nacionales e internacionales, las galerías especializadas en arte y compradores públicos o privados que requieran del servicio y de la asesoría en arte.

La producción conceptual de la obra se inicia en nuestros espacios creativos por el artista que luego acerca su proceso a nuestros teóricos, quienes se encargan de trabajar la idea inicial con el autor de la obra y juntos la detallan, y la presentan como idea y maqueta final. Una vez concluido este proceso, nuestro gestor cultural se encarga de realizar la búsqueda de los posibles sitios de ubicación y

de ofertarla. Una vez hallado el potencial adquisitor, se lo asesora, se presenta la maqueta, se definen costos y se firma el contrato de realización y entrega del proyecto, los plazos en los que será cumplido y las garantías referidas de las dos partes.

En caso de que el interesado en adquirir la obra sea externo, éste se acerca a nosotros, se le asigna un artista por empatía y se inicia el proceso creativo de acuerdo a las necesidades del cliente y del artista con el apoyo de un curador. Igual que antes, el proyecto se materializa en una maqueta inicial de presentación del proyecto. Una vez que las partes están de acuerdo con el proyecto, los costos y los tiempos de producción y entrega, se firma el contrato de aceptación y garantía de las partes.

Los artistas están en constante producción de obras de arte y estas son continuamente valoradas por los teóricos, curadores y críticos de la empresa que están siempre junto a los procesos creativos, de investigación y de producción de las obras, una vez que un proceso está maduro es presentado como propuesta a la mesa principal de la empresa y en ésta se aprueba su desarrollo. Nuestro gestor cultural inicia inmediatamente la búsqueda del salón o bienal indicada para su participación de acuerdo al perfil de la obra e inicia los trámites para su envío, una vez concluido el proceso en nuestra empresa, la obra entra a concurso y las posibilidades de que sea adquirida por el salón, museo o casa que organiza la muestra, son absolutamente iguales a las de las otras obras.

➤ **Estimación de posibles compradores (datos generales a nivel nacional).**

- **Instituciones.**- Públicas o privadas con capacidad adquisitiva y con intereses vinculados al arte.
- **Salones.**-Salón de Julio, Salón de Ambato, Salón de Riobamba, Salón de Octubre, Salón de Machala. Salón de Loja.
- **Bienales.**-Bienal de Cuenca, Bienal de la UTE, Bienal Álvaro Noboa, Bienal de escultura de Ibarra, Bienal de arte no visual en Guayaquil.
- **Coleccionistas.**-David Pérez MacKolum, Eliana Viteri, Madelaine Hollander, Betty Wapenstein.
- **Galerías.**-Galería DPM – Guayaquil, Espacio vacío – Guayaquil, Dada bar-galería – Guayaquil, s190 – Quito, No lugar – Quito, Container – Quito, Art Room – Quito, El Zono – Cuenca. (en algunos casos también son coleccionistas)

Los datos anteriores nos numeran los potenciales espacios a los que podríamos acercarnos en un principio con la empresa. La frecuencia adquisitiva de cada una de ellas también nos habla del flujo de capitales del mercado en el país.

2.2.3.5. Análisis de la competencia.

No existe en el país una empresa que reúna todas nuestras características, que se dedique a investigar, idear, producir, avalar e ingresar en el medio, obras de arte, mas, existen en el extranjero con características similares, como por ejemplo Consonni, España, La productora (agencia en artes), Colombia.

Existen empresas, principalmente en países de economías fuertes, que se dedican a desarrollar las obras de artistas, construyen la obra bajo los lineamientos físicos y conceptuales del artista.

Las galerías de arte solo ofertan arte, no lo producen.

“reD and greeN” tiene como principal objetivo la producción de arte vinculando a la sociedad, tomando en cuenta su aspecto exterior pero más aun su carga semántica y sociológica proyectada para el medio y quizás el equivalente a nosotros y nuestra principal competencia se halle más fácilmente en una institución educativa que imparta arte, en la que los procesos creativos surgen de los artistas y son seguidos mediante procesos académicos por los teóricos y luego ejecutados en talleres colectivos del centro educativo, la diferencia radica en que los centros educativos realizan procesos de formación y nosotros somos profesionales en acción, además los centros educativos no tienen fines de lucro y nosotros como empresa tenemos un capital que sostener. Estas entidades son las principales actoras culturales del mercado del arte. Y todas muy fuertes y solidificadas en el ámbito, pero ninguna ofrece el servicio completo que ofrece reD and greeN ni pretende acercarse a esta de forma tan estrecha.

2.2.3.6. Plan de ventas(proyección en años)

Con una proyección de crecimiento de aproximadamente el 100 % anual. La tendencia al alza depende del área que se abarque, hasta la estabilización de la empresa y su autosostenibilidad. En una primera fase trataremos de fortalecernos como empresa y crear una reputación de productores serios y comprometidos; comenzaremos a promocionar y ofertar nuestros servicios a empresas e instituciones públicas y privadas, luego avanzaremos hacia los coleccionistas y galerías. Con estos precedentes iniciaremos el envío de obra empresarial a concurso y de acuerdo a los resultados iremos trabajando sobre la marcha. Esta proyección está hecha en base a las probabilidades de ganancia y de captación del mercado y a las posibilidades de tergiversación de éste al momento de la aparición de una “empresa productora de arte” además de los procesos especulativos que ayudarían a la plusvalía de nuestra oferta.

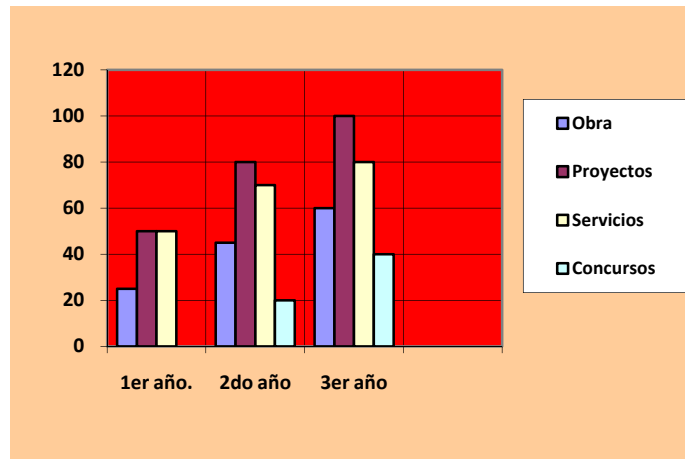


Grafico 3. Cuadro de imagen de crecimiento en la proyección de ventas.⁶

2.2.4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Una vez producida la idea por el artista, este comienza el proceso de “pulir la idea” junto a nuestros teóricos, cuando la idea ha “madurado” se inicia la argumentación teórica y sustentación conceptual y objetiva para la creación de la obra y, finalmente, el proceso de producción de la maqueta de la obra para su presentación física. Una vez concluido este proceso nuestro gestor cultural se encarga de investigar y encontrar un posible comprador y presentarlo e introducirlo en el proyecto. Una vez que el proceso de venta inicia, las partes se ponen de acuerdo en los costos, la forma de pago, las características, los tiempos de entrega de la obra y las garantías de cumplimiento de contrato entre las partes, se firma el contrato de compromiso legal entre las partes. Una vez firmado el contrato el proceso de producción de la obra comienza, en el plazo convenido la obra es instalada, presentada, proyectada etc. en el lugar acordado y las partes firman el certificado de entrega y recibo de la misma.

La forma y la cantidad de pago será la convenida entre las partes antes de firmar el contrato y constará en éste de manera clara y explícita. En el caso de que los posibles compradores sean galerías o salones, los procesos variarán y serán adaptados al cliente o a la intención de la obra, pero los estándares de calidad se mantendrán siempre inalienables sin importar su finalidad.

⁶ La numeración a la izquierda alude a la cantidad esperada en ventas anuales en miles de dólares.

2.2.5. CINCO FUERZAS DE PORTER.

➤ Poder del cliente.

El poder del cliente es total debido a que no son productos de consumo primario, es decir, son productos de los cuales el cliente podría prescindir, son productos de carga simbólica, mas el cliente está condicionado a los vínculos que pretende crear la empresa con anticipación a la producción de la obra y a la necesidad del estatus que le produce la adquisición de uno de nuestros productos. Los potenciales clientes de la empresa son, de cierta manera, exclusivos y sus adquisiciones dependen más de las estrategias de venta y la calidad del producto con que lleguemos a ellos, que de los costos.

➤ Rivalidad en el sector.

El mercado del arte en el país está muy transitado y cuenta con estructuras conformadas para su comercio, producción y distribución. La particularidad de nuestra empresa es que trata de reunir a todos los componentes del proceso, con esta característica, la competencia se reduce a cero.

➤ Poder de los proveedores.

Los proveedores somos los artistas como productores de arte, los teóricos como ejecutores de la parte conceptual de la obra, y los que participan en el proceso de construcción de la misma. En todos los casos son vitales cada uno de los proveedores y por esto se necesita trabajar con gente que además de capaz y honesta, esté comprometida con el proyecto. Los sistemas de cogobierno de las empresas rescatan las facultades y aportaciones posibles de cada uno de sus componentes humanos, por lo que, la política de administración de la empresa debe ser horizontal.

➤ Productos o servicios sustitutivos.

El mercado del arte en el país oferta ya una producción. Entre estos están.

- Artistas independientes, colectivos artísticos.
- Galerías contemporáneas, centros culturales, espacios virtuales.
- Curadores, museólogos, museógrafos, críticos.

Habría que subrayar el hecho de que ninguna de estas entidades oferta todos los servicios juntos de forma abierta, como lo hace la nuestra.

➤ **Posibles nuevos competidores.**

Artistas en proceso de formación que estén saliendo al mercado, nuevas galerías, nuevos colectivos, cooperativas de arte. Por otro lado podría ser que con éste antecedente, otros artistas se asocien con teóricos y gestores para producir arte, lo cual podría devenir en un dinamizador más del mercado.

2.2.6. ESTRATEGIA COMERCIAL.

➤ **Plan de mercadeo**

Llegar de una manera personalizada a cada uno de los posibles compradores, creando un vínculo pre-producción entre el artista, la obra y el adquirente.

➤ **Políticas de compra (producción).**

- El proceso creativo de los artistas está en constante desarrollo.
- Los aportes de los teóricos son constantes a lo largo de la producción del artista.
- Los insumos para la construcción de la maqueta estará disponible en la empresa de acuerdo al material que se vaya a necesitar para su construcción.
- El trabajo de gestión cultural es remunerado por la empresa.

➤ **Esquema de venta (posicionamiento del producto).**

- Empezaremos con la oferta personalizada del servicio. Acercamiento entre empresa, obra y cliente.
- Posteriormente y con las dos partes a favor, inicia el proceso de ejecución de la obra.⁷

➤ **Estrategia promocional y de distribución.**

Entregaremos asesoría artística sin recarga o de acuerdo a las necesidades del cliente le ofertaremos nuestros mejores precios y formas de pago.

⁷Más detalles en Decisión de compra, estrategia comercial p. 40.

Como nuestro trabajo es absolutamente personalizado, la obra se desarrolla siempre bajo seguimiento desde que inicia el proceso de creación de la obra hasta su instalación final, según las indicaciones artista y las necesidades del cliente en el lugar escogido.

➤ **Análisis del F.O.D.A.**

○ **Fortalezas.**

- Ofrecemos un producto artístico absolutamente certificado y garantizado.
- La obra de arte que ofrecemos es única y producida especialmente para cada circunstancia particular, por nuestros artistas.
- Contamos con un grupo humano capaz, creativo y profesional en todas las ramas relacionadas con el arte.
- Nuestra paleta de servicios es amplia y va desde la producción de arte hasta la asesoría teórica y seguimiento en cualquier campo artístico.

○ **Oportunidades.**

- Como el servicio que ofertamos es completo, personalizado y garantizado, las posibilidades de inserción en el mercado del arte son mayores.

○ **Debilidades.**

- Los potenciales clientes están sujetos a variaciones súbitas a las cuales deberemos adaptarnos rápidamente para no decaer.
- El mercado de arte es pequeño en el país.

○ **Amenazas.**

- Un desfase en la economía del país.
- Deserción en el personal de la empresa.

➤ **Liderazgo en el mercado.**

Seremos los pioneros en el país en ofrecer una producción artística completa, profesional, certificada y garantizada, con un respaldo corporativo. Como trabajamos en todos los campos del arte y nuestra oferta es amplia, tenemos ventaja sobre galerías, artistas o colectivos que ofertan arte cada uno dentro de su campo. Nuestro liderazgo iría vinculado a la aceptación que haya para el servicio dentro del medio.

➤ **Lineamientos de MalcomBaldrige.**

Análisis necesario para evaluar la gestión de calidad de la empresa en cuestión.

- **Liderazgo.**-Análisis posterior a la activación de la empresa en el mercado.
- **Planeamiento estratégico.**- A través de varias técnicas de publicidad y promociones, lograremos la atención del mercado para que en el prueben nuestros servicios. Una vez captada su atención, con estrictas reglas de calidad en cuanto a la elaboración del producto, haremos que los clientes continúen solicitando nuestros servicios y que puedan recomendarnos con otras personas, alargando la cadena con publicidad de boca en boca, que es mucho más efectiva.
- **Enfoque de cliente y mercado.**- Obtener y mantener la aceptación del cliente, conllevará a establecer normas con niveles superiores a los servicios ya existentes, el trato que se les brinde, la calidad del producto que se les proporcione, garantías en cuanto al servicio, puntualidad y eficacia.
- **Información y análisis.**-Se deberán hacer análisis antes y después de realizar un proceso que involucre a la compañía. Se deberá planificar cada proceso, organizar y revisar las planificaciones posteriormente a su elaboración. Se harán evaluaciones periódicas tanto en los empleados como en el producto y los procesos que lo involucran para confirmar la eficiencia y eficacia de nuestra organización y satisfacción del cliente.
- **Enfoque del recurso humano.**-Además de las evaluaciones periódicas que se realizarán a los empleados con base en su rendimiento laboral, se deberá estimular mediante reconocimientos los logros que beneficien de algún modo a nuestra compañía para asegurarnos de motivar el mejor desempeño de nuestros colaboradores. Además de que en los procesos de trabajo horizontales, el otorgar responsabilidades coadyuva al compromiso y asociación entre las partes.
- **Gestión de procesos.**- Debe describir los procesos que se están llevando a cabo para el control de calidad, un análisis continuo e informes periódicos, por lo que este punto iniciara con la empresa.
- **Resultados.**-Para asegurarnos de que nuestros objetivos se están cumpliendo así como las normas para el control de calidad, deberá evaluarse periódicamente toda la organización para determinar aspectos a mejorar o añadir.

2.2.7. PUBLICIDAD: ESTRUCTURA.

La publicidad de la empresa debe llegar a todos, por todos los medios, esto incluye los audiovisuales comunes, los sonoros, utilización de medios de información comunitaria, publicaciones en espacios dedicados a la cultura, la web, la publicidad personalizada “*de boca a boca*”, medios impresos e intromisión en el sistema cotidiano.

2.2.8. CONTROL DE CALIDAD: EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.

Para la evaluación de la calidad en el servicio se realizarán periódicamente encuestas internas y externas, tanto a nuestros adquirentes como a nuestros consumidores simbólicos y colaboradores.

2.2.9. ORGANIGRAMA, DESCRIPCIÓN Y FUNCIONES DE CADA CARGO.

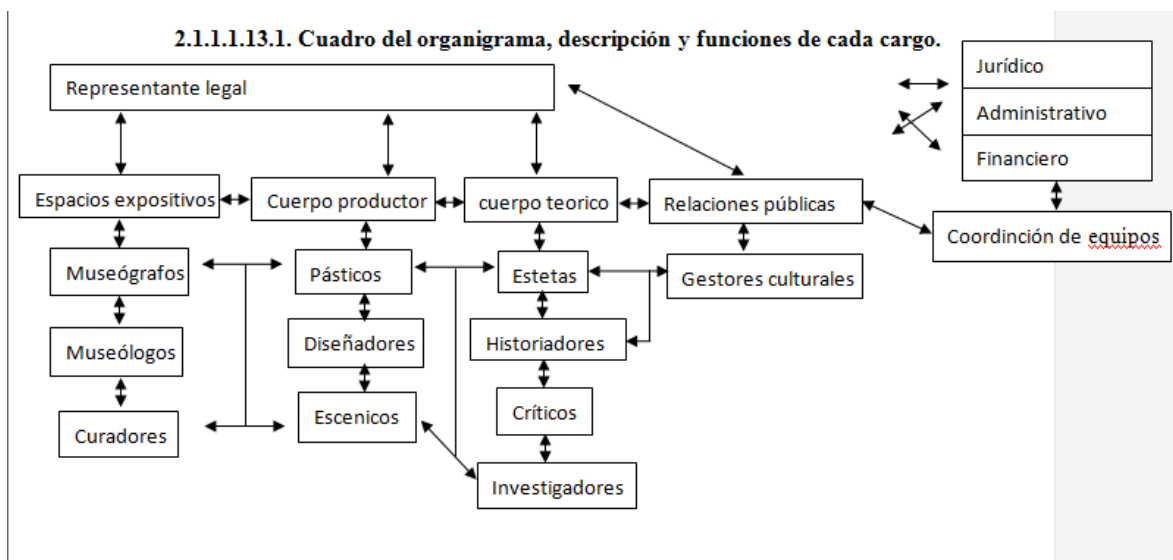


Grafico 4. Cuadro del organigrama.

- **Representante legal:** Sujeto legal por medio del cual funciona la empresa jurídicamente, dependiendo de su característica puede estar conformado por una o varias personas.
 - **Jurídico:** Abogado. Área legal de la empresa.
 - **Financiero:** Contador. Área de contabilidad y finanzas de la empresa.
 - **Administrativo.-** Secretaría y limpieza.
- **Coordinación de equipos:** Es la persona encargada de viabilizar el continuo diálogo entre las áreas de trabajo, las relaciones públicas, el cuerpo teórico, el cuerpo productor y los espacios expositivos.

2.2.10. PROCESO BUROCRÁTICO

El proceso burocrático que le corresponde a la creación de “reD and greeN” como empresa productora de arte es quizás el más tedioso de todos los procesos, pero es también el más importante, debido a la característica del proyecto (que busca ser válido institucional y legalmente). Por esto me vi forzada a recopilar los datos necesarios para el proceso de inscripción de la empresa de arte, que

en éste caso se comporta como una empresa cualquiera ante la ley y sus procesos burocráticos. La lista de requisitos es la siguiente:

- Se necesita un abogado y un notario para que legalice la empresa, sus características y sus procesos (La marca reD and greeN).
- Costos para crear una empresa. (Cotizaciones reales)
- Características jurídicas que debe tener una empresa de arte. (Asesoría jurídica) Estudio legal, permisos de funcionamiento.
- Debe pagar al fisco, tener empleados asegurados, tener una locación física, un capital inicial etc.(asesoría financiera). Planos del local.
- Estudio Financiero, balance inicial, plan financiero y aportaciones, amortización, gastos en: sueldo de personal, proyección de venta, flujo de efectivo, estado de pérdidas y ganancias, alcance general.
- Documentos requeridos para la empresa, permiso de Bomberos, permiso de Reclutamiento
- Minuta

CAPITULO III

RAZONES POR LAS CUALES SE CREA LA EMPRESA

Sería poco sagaz pensar que la idea de creación de una empresa productora de arte surgió (como surgen la mayoría de empresas) simplemente por saciar una demanda comercial local, ya que en las páginas precedentes se leen, aparte de las cifras, las citas y los nombres, también los afectos que fueron quedándose en el camino y que no llegaron a satisfacerse a cabalidad, que buscan ser llenados con la creación esta “entidad blanqueadora de arte”, de sus productores, de sus consumidores y sus formas de inserción. En este mini capítulo van a ser develados frontalmente, los afectos y des-afectos ligados al surgimiento de esta idea.

3.1. RAZONES ESTRATÉGICAS

Luego de haber permanecido 16 años en el medio artístico (desde los seis años cuando mi mamá me dijo que iba a recibir clases de arte con la “reconocidísima artista extranjera” AnnaBonboufalt) y de haber producido arte, de haberlo visto de cerca, de lejos, desde adentro y desde fuera, de haber mantenido cientos de charlas con productores de arte, artistas, teóricos, charlatanes, comerciantes, snobs, compradores, etc.; de haber sido parte de instituciones de arte y de formar parte de ese círculo y al mismo tiempo de estar fuera de él, y de haber no sólo sido parte pasiva de todo eso, sino parte observadora y analítica, hoy tengo más claros los procesos por medio de los cuales funciona, he visto más de una característica en sus participantes que predicen sus acciones y reacciones futuras. He sido parte de instituciones de arte y de sus procesos, también he sido excluida de algunos de ellos y he llegado a la conclusión de que los patrones son eso: patrones, esquemas, secuencias... funcionan de formas similares y por lo tanto se los puede emular y reproducir. Así surge reD and greeN, para fusionar a todos los equivalentes de esos agentes que conforman y se lían exitosamente dentro de los circuitos del arte y hacerlos trabajar en conjunto para la producción de arte, pero más que arte, de eso que llamamos imaginario y memoria colectiva que luego se vuelve patrimonio intangible y que es lo que valida socialmente las producciones de todo tipo, pero en éste caso más ligadas al campo cultural de una sociedad que a otra cosa.

Esa es la razón estratégica por la cual se crea “reD and greeN”, para propiciar un espacio desde el cual todo lo que se produzca sea “válido”, más o menos al estilo de un instituto de arte, pero con capacidades críticas y museables que lo hagan auto validarse y situarse a sí mismo en el medio, diciéndose desde sí hacia el público como excelente y garantizando su consumo.

3.2. RAZONES ECONÓMICAS.

Las razones económicas quizás sean igual de obvias, pero vale la pena describirlas, ya que la idea es transparentar procesos: siendo que nuestro país está lejos de ser uno de los más grandes inversionistas o productores de arte a nivel mundial, hay que reconocer que en los últimos tiempos ha ido repuntando cada vez más y que, hoy en día se mueven más de 50 millones de dólares anualmente en el campo del arte (incluyendo gastos de infraestructura, de servicio, de logística etc.). Este último dato me hizo preguntarme a dónde va todo ese dinero, en dónde se queda, y por qué parece tan ausente del medio. Resulta que como artista solo tienes acceso a ese dinero por medio del usufructo de infraestructura pública o de los servicios que son brindados dentro de esos espacios en el caso de que una vez al año hagas una exposición individual o colectiva o de que asistas a algún evento, los cargos de gerentes, organizadores, museógrafos, consultores y curadores son cubiertos desde la institución directamente y normalmente estas instituciones no están administrados por artistas sino por espos@s, novi@s, sobrin@s, hij@s o amig@s “predispuestas al arte”, de aquellos que están ejerciendo los “cargos importantes” (alcaldías, prefecturas, presidencias etc.) y en el mejor de los casos, confían ciegamente en los agentes con más renombre del medio, un medio basado en la especulación y en la capacidad publicitaria que cada agente haya logrado hacerse dentro del medio, esto incluye a artistas y los salones que han ganado, los salones y su capacidad de inversión anual y a los críticos y cuáles y qué tan importantes e influyentes son los medios en los cuales publican sus artículos.

Con “reD and greeN” el círculo de producción y validación quedaría cubierto y la producción de bienes artísticos apadrinada y bendecida antes de su producción misma, por lo que el mercado no sentiría rechazo hacia esta producción, dando cabida a todo tipo de compradores e inversionistas y produciendo flujo de obra, de sentidos y de capitales.

3.3. RAZONES ÉTICAS

Para la creación de la empresa no existen exigencias éticas, pero sí para su posicionamiento en el medio, ella va a aparecer como un ente que manipula el medio y consigue extraer de él todo lo que quiere, va a situarse con estas características junto a los demás agentes del medio y va a hacer que estos regresen a verla a ella y a su cínico funcionamiento y luego regresen a verse ellos mismos.

También va a develar números escandalosos y a hacer que los entornos despistados que habían decidido desvincularse del mundo artístico por su poca incidencia tanto en la sociedad como en la economía, reaccionen y sientan el deseo de vincularse y de formar parte de este medio, el medio artístico de una sociedad, ya sea para demandarlo, para auditarlo, para tomar un pedazo de él o simplemente para preguntarse ¿Qué es lo que sucede ahí adentro? Las razones éticas de esta propuesta están básicamente ligadas a la divulgación y a hacer tangible esta información que ha estado siempre presente, expuesta, exhibida en vitrinas transparentes y limpias, en el mejor escondite que se pueda encontrar: la confianza de un conglomerado social caótico que siempre cree que el arte y la cultura son los espacios sagrados de su ciudad, sociedad o país, pero que siempre está tan lejano, produciendo las “cosas vitales” como para ocuparse de participar de él o de preguntarse ¿Qué hacen con mi imaginario artístico o cómo administran la cultura “los que saben”?, de ponerla sobre la palestra y develarla para que surjan procesos de juzgamiento y cuestionamiento exteriores, desvinculados de los cuatro críticos de siempre. Emitidos por las millones de voces que aportan diariamente con los procesos vitales de sustentación de una sociedad y de una economía; que la hacen girar y continuar sin nosotros, para que los artistas tengamos el lujo de producir pensamientos elevados y posturas filosóficas que no representan nada para nadie dentro de esa sociedad.

CAPITULO IV

UN SISTEMA ALTERNATIVO COMO CIRCUITO DE ARTE.

Este capítulo fue incluido debido a las severas críticas sobre el tono quejumbroso y conformista de los tres capítulos precedentes, lo que van a encontrar en él son puntos de vista de por qué hace falta crear un sistema alternativo de arte y las posibilidades quiméricas de uno nuevo.

4.1. ¿POR QUÉ HACE FALTA CREAR UN SISTEMA ALTERNATIVO?

El sistema actual del arte en un sistema sumamente elitista y alienado, en él el arte es producido por una minoría *iluminada* que conoce y tiene acceso a los procesos de producción; comentado por cuatro teóricos que saben de los antecedentes y las palabras rebuscadas y propicias para describirlo; expuesto y promocionado desde espacios públicos o privados que en su mayoría no logran obtener sustentabilidad del propio arte, porque no tiene acogida pública en sí mismo, sino de actividades alternas o de auspicios y subvenciones de otros organismos públicos o privados; y consumido objetivamente por los tres componentes antes descritos: artistas, teóricos e instituciones vinculadas al arte.

Además la anteriores una pregunta que no puede hacérsela cualquiera porque solo el 12 % de la población en Ecuador tiene actualmente acceso al arte, a su sistema y a los procesos que se suceden dentro de él, en ésta misma condición encontramos las razones que hacen necesaria la modelación de un nuevo sistema de arte en el país, de una nueva concepción de lo que es arte, de las formas en que se produce, de quienes lo producen, de los consumidores de arte y de los autorizados a emitir criterios sobre arte. Este modelo debe terminar por derrocar a todas las estructuras actuales, no como institución sino como imaginario, como concepción de verdad y de producción de verdad, debe negarlas desde adentro y sin tocarlas, producir su desaparición por ya no ser útiles y por falta de adaptación alas nuevas exigencias del medio.

4.1.1.Posibilidades de participación e inclusión del nuevo sistema.

Este nuevo medio, o forma de manejarse del medio, debe caracterizarse por la ausencia de límites físicos o mentales para la producción y concepción de arte, producción de artistas, de críticos, curadores o instituciones inmersas en el campo del arte. De éste modo la posibilidad de participación se ampliaría.

La eliminación de estas barreras implica un arduo y sostenido proceso de inyección de recursos en el medio en el primer caso y una reorganización de la pirámide para la producción de sentidos en el segundo. Las posibilidades de que las dos ocurran parecen remotas, pero de acuerdo a ejemplos cada vez más numerosos nos damos cuenta que el proceso ya ha iniciado.

4.2. Poderes y derechos públicos.

Existe un público minoritario de consumidores de arte contemporáneo que no está vinculado de forma alguna a los círculos anteriormente señalados, este público pertenece a una élite aún más pequeña que debido a su formación tiene la necesidad de sentir empatía hacia lo novedoso y trata de asimilarlo, conoce algunos de los códigos históricos del medio y trata de descifrarlos para no dejar de formar parte de este circuito, puesto que como todos sabemos, el arte da estatus. El resto del público (que en este caso no es público) formado por el 97% de la población no manifiesta interés hacia las producciones o exposiciones de arte contemporáneo que se ofrecen en el medio o hacia los escritos satíricos de los críticos de arte publicados en la prensa o en los blogs de internet. Esto se debe a la falta de relación que encuentran entre esas manifestaciones y su entorno cotidiano, y efectivamente a que no poseen, por una condición u otra, las herramientas para descifrar los códigos que el medio artístico plantea desde sus espacios. ¿Se trata entonces de educación? ¿Deben ser educados los 12 610 000 millones de ecuatorianos,(que es la cifra que representa ese 97%), para aprender a percibir, apreciar y degustar las distintas manifestaciones de arte contemporáneo que se producen en el País? ¿Qué sucedería en el momento en que giren la mirada y reclamen para sí los beneficios culturales que ellos subvencionan con su trabajo diario?, 50 millones entre 10 000 es aceptable, pero dividido para todos los que faltaban resulta poco. En este punto quizás los agentes en el campo del arte, viendo desgranado su poco capital, decidan propiciar procesos inclusivos dentro del espacio privilegiado que les fue dado por un conglomerado entero para que velen por lo más sagrado que tiene un sociedad, el arte que se produce dentro de ella, que ha sido desde siempre el termómetro con que los pueblos miden su nivel evolutivo social.

El 97 % de los ecuatorianos no tiene acceso al arte contemporáneo que en el país se produce, no estamos hablando de un acceso físico puesto que las galerías privadas, los museos públicos y las

cartas publicadas en los artículos son espacios abiertos físicamente al flujo de personas, pero se cierran con sus códigos y las lecturas obligadas de lenguajes que perteneciendo al arte no son en absoluto universales, en este punto el público rechaza aquello por lo cual se siente rechazado y se crea la ruptura entre espacios que son sostenidos básicamente por este público y a los cuales el mismo no tiene acceso conceptual.

Este espacio tampoco, dentro de sus características, plantea estrategias claras para captar masivamente el público, un público que tiene sus propias necesidades y demandas culturales de ocio, lúdicas y estéticas, ésta es una forma tácita de decir: *<-no necesitamos de ellos, es decir, sigan allí abajo, sosteniendo la pirámide, que nosotros ya acá arriba solo necesitamos de la elite que sí está capacitada para consumir lo que se ha producido gracias al trabajo de tantos y ustedes solo vendrían a vulgarizar un espacio que costó tanto decantar->.* La reacción de los conglomerados es voltear la mirada y frecuentar bares o canchas de vóley y de vez en cuando darse una vuelta por El Ejido o Las Peñas, puesto que son espacios que sin acabar de satisfacerles, no les dan la espalda. Estas son las razones por las cuales los grandes públicos se alejan del arte contemporáneo: no cuentan con los códigos para producirlos o consumirlos visualmente, tampoco con el circulante para captarlo o el poder para decir que és o no arte contemporáneo.

El poder de los consumidores ha sido ya demostrado, no consumen y sin demanda no puede existir oferta, el arte que en el medio se produce solo lo hace gracias a las subvenciones, lo cual no permite ni una producción honesta, ni una competencia real, ni una visión real del medio. El derecho de los consumidores al acceso a una producción estética que les produzca placer es indiscutible, más aún cuando la producción cultural de la que no son partícipes, se financia con sus recursos. Apenas hace 5 años se empieza a hablar de derechos culturales, de políticas culturales y de leyes que organicen el flujo de estos capitales en el Ecuador y a partir de entonces ha habido múltiples debates en torno a este tema (yo misma he sido parte de varios de ellos), múltiples actores culturales proponen ideas, organizan eventos y escriben cartas larguísimas al presidente sobre lo que se debería incluir y excluir en los textos finales, para esto convocan gente y engrosan sus filas para demostrar que como son mas, su opinión es la más importante. Estos eventos han sido financiados en gran medida desde el estado y suceden aquí y allá como perdigones, en una y en otra institución, a cargo de uno u otro administrador que contrata a su teórico, que reúne a sus artistas y da inicio a la función. Quizás lo estén propiciando así para que a cada uno le llegue algo y se sienta saciado, eso siempre mantiene quietas a las masas.⁸

⁸Hasta la edición final de esta tesis no se aprobaba la ley de cultura.

4.3. REAPROPIACIÓN DE LOS IMAGINARIOS Y REALIDADES CULTURALES

Es cierto que existen formas de manifestación cultural más complejas y estructuradas que otras, pero la producción de sentidos culturales no se suspende en absoluto en ninguno de los círculos sociales, desde los más “altos” que requieren de grandes representantes culturales y estructuras institucionales que los contengan hasta los estratos más humildes que producen arte de manera cotidiana y articulan sentidos culturales con la producción vital.

4.3.1. Develar y desacralizar los espacios y los actores artísticos.

Uno de los principales motivos por los cuales sentimos tanto respeto y admiración pasiva por el medio artístico, es porque ha sido colocado siempre en espacios sumamente significativos de la sociedad, edificios grandilocuentes y suntuosos, o en espacios simbólicos. La negación de estos espacios como contenedores culturales es uno de los primeros pasos a seguir, la construcción mental de arte-cultura fuera de esas paredes o la deconstrucción de ésta dentro de ellas y su reconocimiento colectivo.

4.3.2. Apropiación colectiva de los medios y de su producción (material y signica).

Los espacios y criterios construidos dentro del circuito del arte son invisibles en sí mismos para las grandes audiencias, apropiarse de estos discursos o hacerlos existir solo a través de sus propias voces, emitiendo criterios, dictando espacios artísticos-culturales en cada sitio donde se desarrollen actividades placenteras, lúdicas, sensoriales. El poder no se lo otorga, se lo toma, la necesidad de producción debe ser individual, pero son los colectivos quienes deben producir el espacio para las reapropiaciones individuales.

4.3.3. Derrumbe de los esquemas de funcionamiento establecidos.

Los conceptos ligados a la producción artística deben considerarse obsoletos una vez creados, esto permitirá el flujo y la producción de otros, es decir, si una individualidad produce un criterio simbólico reforzado y apoyado por su círculo, debería inmediatamente ser considerado un aporte histórico al que debería sucederle un aporte que también apenas creado se vuelva a considerar histórico. Esta construcción-destrucción y su continua aceleración podrían devenir en una producción signica polifacética, ligada y representativa de múltiples entes, cada uno de los que las crearon y sus círculos, y a la vez, debido a su cortísimo periodo de vida evitaría la característica petulancia que deja el sabor del éxito y la agonía y el duelo de su muerte estarían extintos.

4.4. EL SISTEMA AL SERVICIO DE LOS ACTORES Y NO AL CONTRARIO

Producción de un esquema de institucionalidad plural que responda a las demandas planteadas por los nuevos actores del sistema, la construcción de un esquema de institucionalidad plural que abarque a todos los actores. Siempre que las políticas institucionales sean inducidas desde un sistema piramidal, que “reparta” recursos y decida quienes sí y quienes no engrosan sus filas, habrá tergiversación del entorno cultural. Si la cultura y el arte se construyen en un sistema horizontal, cotidiano, ¿Porqué nos esforzamos tanto en llevarlo a espacios y conceptos monumentales?

Cualquier tipo de política cultural debería estar vinculada directamente con el colectivo humano que la produce y no ligada a un edificio dentro del cual debe trasladarse ese recurso para que pueda ser nombrado como artístico.

La consolidación de políticas culturales que permitan al sistema ser mutable y de fácil y ágil adaptación al medio y a sus demandas (suprimir las verdades), ésa debería ser la preocupación de quienes hoy en día están a cargo de la producción de las líneas que van a organizar el ambiente cultural del país en un futuro, pues como está demostrado, las cifras afectan de modo absolutamente directo las producciones invisibles y éstas a su vez afectan nuevamente las cifras.

4.4.1.Descripciones de un futuro hipotético.

El consumo y la producción de placeres estéticos, ligados a la actitud de disfrute frente a ellos, la inmersión de todo un conglomerado y su psiquis en juegos mentales y sensoriales que acompañen las vidas y sucesos cotidianos. Una colectividad sin estereotipos, expectante y abierta a diferentes formas de expresión y expendio de tiempo, conceptos de tolerancia derruidos y elevados a políticas de respeto y aprendizaje de lo distinto. Una sociedad que disfrute del ocio y eleve a categoría de arte el juego, que traslade los circuitos artísticos a su entorno y los lée a lo cotidiano.

El significado y la posición de artista representada por cada uno de los participantes de una colectividad y, para este fin la aceptación y validación por parte del medio artístico, de todas las distintas posibilidades de producción de sentidos como equivalente. La retórica de Beuys aplicada desde el individuo y no inducida con cánones desde la academia que se esfuerza demasiado en ser cada vez más “contemporánea”.

Puerto Rico está declarado como uno de los países con más artistas por habitante a nivel mundial, esto no se debe a que implantaron políticas para que todos pasen por la academia de artes, sino a

que el sentido de percepción del concepto “*arte*” se amplió de tal modo que un gran conglomerado, que en otros estados es considerado como cualquier cosa menos como artista, pasó a formar parte de ese concepto, junto a un sinnúmero de manifestaciones humanas ligadas a actividades alternativas de producción.

Son las políticas públicas las que deciden el aspecto que quieren proyectar acerca de sus actividades colectivas y las sociedades acaban por reconocerse como protagonistas de tales reconocimientos y descripciones. Conglomerados sociales que en lugar de reconocerse como los consumidores más grandes de antidepressivos, o los más corruptos en los procesos burocráticos, se reconozcan a sí mismos como los más grandes productores de sentidos estéticos, harán que las expectativas ligadas a otros ámbitos vitales se acrecienten y con éstas, los estándares de dignidad demográfica.

4.4.2. Verdad o desafío.

Producir un acceso plural a la producción y consumo de arte y cultura es, en realidad, menos costoso que solventar a una sociedad que intenta satisfacer, inducida por medios de masas, vacíos emocionales con consumos de un alto costo social y, la vinculación del arte a la saturada vida cotidiana podría convertirse en el tubo de escape que necesita. La implantación de políticas culturales acordes a las necesidades colectivas actuales debería ser una prioridad exigida desde los productores y consumidores de esos sentidos. La utilización del arte como exaltación del poder debe ser ya una actividad vetada socialmente debido a las implicaciones segregacionales que conlleva.

Los procesos anteriormente descritos solo deben ser llevados a cabo por los propios ciudadanos, cada uno de ellos, pero pueden ser conducidos o alimentados por los que hoy gozan de la posibilidad del usufructo de ese disfrute lúdico al que se remite en esta tesis como arte. El “Manifiesto bonobo” (Alvarado, M., 2009. P. 1) publicado por Marco Alvarado en el 2009 y más actualmente una propuesta de creación de una “comunidad autosustentable”, son unas muestras más de propuestas alternativas de construcción de espacios vinculados al arte por medio del ludo. Espacios en los cuales el concepto arte pasaría a ser parte del entorno en el que se desarrollarían otro tipo de acciones cotidianas.

En fin. La confluencia de entes individuales para la consecución de acciones colectivas ha sido uno de los grandes desafíos de la humanidad, graficado en la mítica Babel, los conflictos individuales y nuestra diversidad han sido tomados siempre como un obstáculo antes que como un puntal, pero las sociedades evolucionan y, en ese proceso adaptan su funcionamiento a la necesidad. La proliferación artística sería una de las maneras de responder hacia el bombardeo mediático por parte de la gigantesca industria de la comunicación global del que somos blanco actualmente, mas la posibili-

dad de consecución de estos objetivos la describe mejor una frase de una mujer cubana sobre la vida en la Cuba de Fidel: *“No es fácil chico, no es fácil. Pero tampoco es difícil.”*

CAPITULO V

CONCLUSIONES.

Cada vez hay más burbujas sobre la superficie líquida de la olla, no hay manera de hacer bien o mal las cosas, solo hay que hacerlas. La producción artística se va desvinculando cada vez más de lo objetual, los límites entre cultura de masas y cultura de élite son hoy más obsoletos que nunca, los públicos están cada vez más informados y ávidos, los flujos de capital vinculados al desarrollo cultural o artístico se fugan de los talleres o los trasladan a las rutas de movilidad de ciudadanos, al encuentro del público, el mundo de la producción artística ensaya a competir contra el espectáculo de la globalización que mantiene expectantes a sus consumidores, la atomización en la producción cultural caotiza y enturbia el entorno y el vértigo que produce la rapidez con que se suceden los acontecimientos solo nos vuelve más neuróticos.

Más temprano que tarde la ebullición en el medio desbordará el contenedor. Haremos que esas sean buenas noticias.

BIBLIOGRAFIA

Libros

1. Borges, J., *Utopía de un hombre que estaba cansado. El libro de arena. Colección de cuentos y relatos*. Buenos Aires. Alianza Editorial, S.A. Madrid. 1975.
2. Camintzer, Luis. *De la coca cola al arte boludo*. 2010. Metales pesados.
3. Internacional situacionista, *La revolución del arte moderno y el moderno arte de la revolución*. 2da ed. Pepitas de calabaza. 2006. Logroño, La Rioja, España.
4. Kronfle, R. *Historia(s) en el arte contemporáneo de Ecuador*. 2011. Ed. Rio revuelto. Monsalve Moreno Cia Ltda.
5. Omerón, Octavi. *Arte y postfordismo, notas desde la fábrica transparente*. Trama, Madrid, 2007.

Internet.

6. Alvarado, Marco. Felizmente esto no es arte. Manifiesto bonobo. Junio 2009. Recuperado de <http://comunidadbonoba.blogspot.com>
7. CEAC. Archibo de artistas. 1995. Recuperado de <http://www.centroecuadorianoartecontemporaneo.org>
8. Eldiario.ec. Muestra sobre el arte contemporáneo. Mayo 2007. Recuperado de <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/36345-muestra-sobre-el-arte-contemporaneo/>
9. Mapping Asia . Circuitos del arte contemporáneo en Asia. 2005. Http://www.anuarioasiapacifico.es/anuario2005/pdf/041menene_gras.pdf
10. PCCP. Panconcola Producciones. 2001. Recuperado de <Http://www.panconcola.org/PCCP/panconcola.html>
11. Quito en Zaragoza, Entre ensayos, dispositivos y fugas. 2010. Recuperado de <Http://www.zaragozalatina.com/index.php?Idseccion=2&idactividad=19&idinfo=126>
12. Rodríguez, A. M. Circuitos del arte. 10 de mayo 2011. <Http://www.claseshistoria.com/revista/2010/articulos/rodriguez-circuitos-arte.pdf>

13. Tranvía Cero, Artistas radicales y vendidos(se venden camisetas usadas un chance estropeadas) Quito, 15 de noviembre de 2011. Facultad latinoamericana de ciencia sociales - FLACSO. Sede ecuador. Recuperado de <http://arteurbanosur.blogspot.com/>

14. Tituaña, L, M. Arte, comunidad y espacio público. Quito, 11 de abril de 2011. Recuperado de <http://arteurbanosur.blogspot.com/>

15. Vásquez, R. A. Joseph Beuys «cada hombre, un artista». Los documenta de kassel o el arte abandona la galería.Revista Al-miar – n° 37 (diciembre 2007-enero 2008. Http://www.margencero.com/articulos/new/joseph_beuys.

16. Vélez, P. Notas sobre la situación del arte contemporáneo en Ecuador. 2008. Recuperado de <http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/38/49/06/PDF/notartecucontemp.pdf>

Artículos, revistas y periódicos.

17. Atlaus, Juan. Arte contemporáneo del Ecuador: Diez años de avances, 11 de Marzo de 2012. La Revista. Suplemento dominical de diario El Universo.

18. Borveck, Mónica. El mecenazgo en las artes: confluencia entre el poder la estética y lo político. P 26-32. Revista Anaconda N 9.

19. Breilh, Alfredo. Mecenazgo Cultural: tendencias actuales y utopías. Revista Anaconda N 9. Salón Nacional de Artes “Fundación El Comercio” Marzo-Abril 2004 Quito-Ecuador. Ed. Ecuatorial.

20. VII Bienal de Berlín 13 de Mayo de 2012 La Revista. Suplemento dominical de diario El Universo.

Sitios web

www.museoguayaquil.com

www.riorevuelto.net

www.experimentosculturales.com

www.gkillcity.com

www.ucuenca.edu.ec

www.bienaldecuenca.org

www.aanmecuador.com/

www.uees.edu.ec

[Http://mirandatexidor.com](http://mirandatexidor.com)

www.altillo.com

www.laselecta.org

www.plataformadearte.net

[http://nolugar.org.](http://nolugar.org)